

Compulsief koopgedrag: verkennd onderzoek met een nieuwe vragenlijst

Guido Valkeneers*

Compulsief koopgedrag is een nog weinig onderkende vorm van verslaving. In dit artikel wordt verslag gedaan van de ontwikkeling van een vragenlijst over dit gedrag. Deze vragenlijst blijkt een redelijke betrouwbaarheid te hebben. Met behulp van dit instrument werd, verkennd, vastgesteld dat compulsief koopgedrag positief gerelateerd is met Neuroticisme, Extraversie en Openheid, en negatief met Consciëntieusheid. Bovendien bleek dat deze vorm van verslaving ingebed is in een materialistische levensstijl en samengaat met koopgedrag dat gericht is op prestige. Tot slot kwam naar voren dat koopverslaafden in vergelijking met gewone consumenten meer depressieve stemmingen vertonen.

Inleiding

Wanneer men spreekt over compulsief koopgedrag, dan gaat het om een onweerstaanbare drang om te kopen of te winkelen die leidt tot het besteden van veel meer tijd en geld dan bedoeld was of veroorloofd en nodig is. Dit gedrag leidt tot een tijdelijke spanningsreductie, maar resulteert ook in sociale en/of financiële problemen (Faber, 2000).

Boermans en Egger (2010, p. 31) formuleren drie criteria om te kunnen spreken van compulsief koopgedrag:

- een overmatige preoccupatie met kopen of winkelen of soortgelijke koopimpulsen of koopgedrag, waarbij de gedachten als intrusief, onweerstaanbaar en zinloos worden ervaren;
- de koopgedragingen en impulsen leiden tot spanningen, zijn tijdrovend en leiden tot sociaal disfunctioneren en/of financiële problemen;

* Drs. G. Valkeneers is lector bij de opleiding Toegepaste Psychologie van de hogeschool Lessius te Antwerpen. E-mail: guido.valkeneers@lessius.eu.

De auteur dankt Anouk Huys, Samantha Pavlova en Joke Wijns voor hun bijdrage aan het onderzoek.

- het overmatig kopen is niet het uitsluitende gevolg van een maniforme periode.

Er bestaat in de psychiatrische classificatiesystemen nog geen duidelijke definitie van compulsief koopgedrag. Maar gezien de sterke overlap met impulscontrolestoornissen, stellen tal van auteurs (o.a. Black, 1996) voor om compulsief koopgedrag onder te brengen in de DSM-IV bij 'impulscontrolestoornis niet anderszins omschreven'.

KENMERKEN EN LEVENSTIJL VAN KOOPVERSLAAFDEN

Het was Kraepelin (1909) die als eerste constateerde dat vrouwen meer dan mannen onderhevig zijn aan compulsief koopgedrag. Meer recent hebben diverse auteurs gelijksoortige vaststellingen gedaan (o.a. Dittmar, 2005). Bovendien blijkt uit de literatuur dat vooral jongere consumenten gevoelig zijn voor compulsief koopgedrag. Zo toonden Roberts en Manolis (2000) aan dat babyboomers (geboren tussen 1945 en 1965) minder onderhevig zijn aan deze vorm van verslaving dan de Generatie X (geboren tussen 1965 en 1976).

Diverse onderzoekers hebben laten zien dat het koopgedrag samenhangt met de levensstijl van de consument. Zo toonde Vyncke (2002) aan dat koopgedrag nauw samenhangt met de levensvisie en waardebesef van de consument. Mueller e.a. (2011) tonen aan dat compulsief koopgedrag samenhangt met een materialistische levensstijl en depressieve stemmingen. Claes e.a. (2010) wijzen erop dat deze verslaving ingebed is in een impulsieve levensstijl.

Onderzoekers bestudeerden de relatie tussen de Big Five-persoonlijkheidsdimensies (Neuroticisme, Consciëntieusheid, Extraversie, Openheid en Altruïsme) en compulsief koopgedrag. Zo stelden Mowen en Spears (1999) vast dat deze verslaving positief gerelateerd is aan Neuroticisme en Altruïsme, maar negatief samenhangt met Consciëntieusheid.

DIAGNOSTIEK

Faber en O'Guinn (1992) onderzochten het voorkomen van compulsief koopgedrag met behulp van de Compulsive Buying Scale. Deze zelfbeoordelvingsvragenlijst bestaat uit zeven items. De antwoorden op deze items worden differentieel gewogen en hierbij wordt een 'cut-off score' gebruikt. Tal van onderzoekers hebben gebruik gemaakt van deze schaal, onder anderen Koran e.a. (2006) en Miltenberger e.a. (2003). McElroy en collega's (1994) voerden onderzoek uit met het

Structured Clinical Interview for DSM Disorders. Franse onderzoekers gebruikten een instrument van Lejoyeux en collega's (1997): de Questionnaire About Buying Behaviour.

Er bestaat geen Nederlandstalig instrument om onderzoek te verrichten naar compulsief koopgedrag. Belgische en Nederlandse onderzoekers baseren zich op vertalingen van Amerikaanse of Franse screeningsinstrumenten. Nader onderzoek naar betrouwbaarheid en validiteit van die vertalingen is wenselijk.

DOEL VAN HET ONDERZOEK

In eerste instantie werd een Nederlandstalig meetinstrument ontwikkeld om compulsief koopgedrag te detecteren. Vervolgens werd bestudeerd hoe koopverslaving gerelateerd is aan persoonlijkheidsaspecten en levensstijlvariabelen. Meer concreet werd het verband tussen compulsief koopgedrag en de Big Five-persoonlijkheidsdimensies onderzocht. Bovendien werd de relatie met een materialistische levenswijze en de belangstelling voor expressieve aspecten in het koopgedrag bestudeerd. Uitgaande van de vaststelling dat koopverslaafden vooral op zoek gaan naar producten die de zelfpresentatie bevorderen, werd een positieve samenhang verwacht met de belangstelling voor expressieve aspecten van de producten. Tevens werd nagegaan of de mate waarin bij het aankoopgedrag gelet wordt op de juiste prijs-kwaliteitsverhouding, al of niet samenhangt met compulsief koopgedrag. Bovendien werd onderzocht of compulsieve kopers meer dan andere consumenten depressieve stemmingen vertonen. Tot slot werd nagegaan of socio-economische variabelen in verband gebracht kunnen worden met compulsief koopgedrag.

Methode

STEEKPROEF

Tweede- en derdejaarsstudenten van een opleiding toegepaste psychologie (Lessius Antwerpen) werden verzocht om respondenten te zoeken. De studenten werd gevraagd de vragenlijst af te nemen bij een persoon die van shoppen houdt en over een eigen budget beschikt. Op deze wijze werden 358 bruikbare vragenlijsten verzameld. De gemiddelde leeftijd van deze respondenten bedroeg 38 jaar ($SD = 12$ jaar) en het ging voornamelijk om vrouwen (79%).

INSTRUMENTEN

Het onderdeel koopverslaving bevat twaalf items en is gebaseerd op de Compulsive Buying Scale van Faber en O'Guinn (1992), de Question-

naire About Buying Behavior van Lejoyeux e.a. (1997) en de omschrijving van compulsief koopgedrag van Boermans en Egger (2010). Als uitgangspunt werd gekozen voor de Compulsive Buying Scale. Zes items van Faber en O'Guinn (1992) bleken bruikbaar te zijn en werden vertaald. Deze items zijn:

- 'Ik heb het gevoel dat anderen zouden schrikken als ze weet zouden hebben van mijn koopgewoonten';
- 'Ik koop vaak dingen die ik mezelf niet kan veroorloven';
- 'Ik koop zaken om mezelf beter te voelen';
- 'Ik ben rusteloos en nerveus op dagen dat ik niet kan gaan winkelen';
- 'Ik betaal met bankcontact [pinpas] terwijl ik me ervan bewust ben dat het saldo ontoereikend is';
- 'Als ik op het einde van de maand geld over heb, moet ik het uitgeven.'

Het zevende item van deze schaal had betrekking op het gebruik van cheques, hetgeen niet meer actueel is. In een poging de betrouwbaarheid van de schaal te verbeteren, werden enkele items toegevoegd uit de schaal van Lejoyeux e.a. en uit de omschrijving van compulsief koopgedrag. Drie items zijn afkomstig van de schaal van Lejoyeux e.a. We kozen voor deze items omdat deze niet overlappend zijn met de zes eerder gekozen items. Deze drie items zijn:

- 'Ik koop zaken die achteraf nutteloos blijken te zijn';
- 'Ik heb vaak spijt van mijn aankopen';
- 'Ik voel me opgelucht nadat ik iets gekocht heb.'

Deze items werden aangevuld met enkele items die zijn afgeleid uit de omschrijving van compulsief koopgedrag. In deze toevoeging wordt eveneens aandacht geschonken aan het besef van de negatieve gevolgen van dit gedrag:

- 'Ik ervaar vaak een onweerstaanbare drang om te kopen';
- 'Ik ervaar negatieve (sociale) gevolgen van mijn overmatig koopgedrag';
- 'Mijn koopgedrag veroorzaakt financiële problemen.'

Tot slot werd een laatste item toegevoegd met het oog op een waarde-bepaling van de schaal Koopverslaving:

- 'Er zijn mensen die verslaafd zijn aan het shoppen, ik ben een van hen.'

De items van koopverslaving werden verspreid tussen de overige items over levensstijl. Alle items werden aangeboden in de vorm van een Likert-schaal, waarbij de respondent op een vijfpuntsschaal diende aan te geven in hoeverre hij akkoord ging met de betreffende uitspraak (1 = helemaal niet akkoord, 2 = niet akkoord, 3 = weet niet, 4 = akkoord, 5 = helemaal akkoord).

In het onderdeel levensstijl komen de volgende onderwerpen aan bod: materialisme (vier items), prestigegevoeligheid (vijf items) en prijs als aanduiding voor kwaliteit (5 items). De items van deze schalen zijn overgenomen uit Valkeneers (2006). (Voor een overzicht van deze variabelen zie bijlage.)

Om een inventaris te maken van de persoonlijkheid van de respondenten werd gebruik gemaakt van de NEO-FFI. Deze vragenlijst bevat zestig items die verdeeld zijn over vijf schalen: Extraversie, Consciëntieusheid, Openheid, Altruïsme en Neuroticisme (Hoekstra, Ormel & De Fruyt, 1997). De items van de schaal depressieve gevoelens zijn een vertaling van de Patient Health Questionnaire (PHQ9). Kroenke, Spitzer en Williams (2001) toonden aan dat deze schaal voldoende betrouwbaar en valide is.

Na de levensstijl en persoonlijkheidsvragen werden enkele items over socio-economische variabelen toegevoegd: geslacht, leeftijd, hoogst behaalde onderwijsniveau (vier niveaus), aantal leden van het huishouden (vijf alternatieven), beroepsgroep waarin de persoon actief is en woonplaats.

ANALYSES

In eerste instantie werd aandacht geschonken aan de interne homogeniteit van de gebruikte schalen. Bijkomend werd de samenhang nagegaan tussen de schaal Compulsief koopgedrag en het antwoord op het laatste item van de vragenlijst ('Er zijn mensen die koopverslaafd zijn, ik ben een van hen'). Deze summiere benadering van de validiteit is wellicht niet ideaal, maar bij gebrek aan een duidelijk criterium werd in deze het voorbeeld van Faber en O'Guinn (1992) gevolgd, die voor een bepaling van de validiteit per item de samenhang berekenden met de zelfrapportering van koopverslaving.

Om de samenhang tussen compulsief koopgedrag enerzijds en de persoonlijkheid, levensstijl en socio-economische variabelen anderzijds na te gaan, werd gebruik gemaakt van een multiële regressie-analyse (methode enter), waarbij de score voor compulsief koopgedrag fungeert als afhankelijke variabele en de overige variabelen als onafhankelijke. Deze regressietechniek heeft het voordeel dat de aparte invloed van elke onafhankelijke variabele gemeten kan worden, ter-

Tabel 1. Aantal items per schaal en bijbehorende betrouwbaarheid.

Schaal	Aantal items	Cronbachs alfa
Compulsief koopgedrag	12	0,87
Extraversie	12	0,76
Neuroticisme	12	0,83
Openheid	12	0,62
Altruïsme	12	0,73
Consciëntieusheid	12	0,82
Materialisme	4	0,76
Gevoeligheid prijs/kwaliteit	5	0,78
Prestigegevoeligheid	5	0,79
Depressieve gevoelens	9	0,87

wijl alle overige variabelen constant blijven. In deze analyse werd nagegaan of compulsief koopgedrag ingebed is in de persoonlijkheidsstructuur van de verslaafde en of er daarnaast nog levensstijlvariabelen zijn die de verschillen in compulsief koopgedrag mede verklaren.

De variabele opleidingsniveau, bestaande uit vier niveaus (lager secundair, hoger secundair, bachelor en master), werd omgevormd tot drie dummiëvariabelen: hoger secundair, bachelor en master. Het geslacht werd eveneens in de regressieanalyse betrokken, middels een dummiëvariabele (0 is man en 1 is vrouw). De levensstijlvariabelen zoals materialisme, expressiviteit, gevoeligheid voor de prijs-kwaliteitsverhouding, de Big Five-persoonlijkheidsdimensies en de score voor depressie, fungeerden eveneens als predictorvariabelen.

Resultaten

In eerste instantie werd de Cronbachs alfa voor elk van de gebruikte schalen vastgesteld. Via een itemanalyse is nagegaan of de vastgestelde betrouwbaarheid verhoogd kon worden door het elimineren van een aantal items. Tabel 1 presenteert per schaal een overzicht van de optimale betrouwbaarheid en het bijbehorende aantal items.

Uit tabel 1 blijkt dat alle schalen een behoorlijke betrouwbaarheid hebben en dat alle items per schaal gebruikt werden om een optimale betrouwbaarheid te realiseren. De betrouwbaarheid van de schaal Compulsief koopgedrag bedraagt 0,87, wat een goede interne consistentie van de schaal weerspiegelt.

Op de tweede plaats werd onderzocht of de score voor de schaal Compulsief koopgedrag verschillen aan het licht kan brengen tussen mensen die zichzelf al dan niet als koopverslaafd omschrijven. De ant-

woorden op het laatste item van de vragenlijst ('Er zijn mensen die koopverslaafd zijn, ik ben een van hen') werd gehercodeerd in twee alternatieven (helemaal akkoord en akkoord = koopverslaafd; weet niet, niet akkoord en helemaal niet akkoord = niet koopverslaafd). Aldus ontstaan twee subgroepen: 340 consumenten beweren niet koopverslaafd te zijn en 17 geven toe dat ze dat wel zijn (één 'missing value' voor dit item). Het gemiddelde van de koopverslaafden op de schaal Compulsief koopgedrag bedraagt 3,27 ($SD = 0,54$) en de niet-koopverslaafden 1,89 ($SD = 0,60$), wat een significant verschil oplevert op het 1%-niveau: $t(356) = 10,33$, $p = 0,000$.

Tabel 2 presenteert de resultaten van de regressieanalyse. De bètacoëfficiënten (tweede kolom) geven een aanduiding van de sterkte en de richting van de verbanden. Het voordeel van deze bètawaarden bestaat erin dat deze onderling vergeleken kunnen worden. De significantieniveaus in de laatste kolom geven aan of de verbanden tevens terug te vinden zijn in de populatie.

De multiële correlatie bij deze regressie bedraagt 0,67 en uit de determinatiecoëfficiënt blijkt dat 45 procent van de verschillen in compulsief koopgedrag verklaard kan worden door verschillen in de gebruikte predictorvariabelen. De ANOVA toont aan dat het model significant is ($F(14,342) = 20,01$, $p = 0,000$), dat wil zeggen, de vastgestelde verbanden zijn ook terug te vinden in de populatie.

Tabel 2. Resultaten van de multiële regressie ($n = 358$).

Variabelen	Bètacoëfficiënten	Significantie
Expressief koopgedrag	0,323	0,000
Neuroticisme	0,211	0,000
Materialisme	0,184	0,000
Consciëntieusheid	-0,123	0,008
Extraversie	0,122	0,010
Depressie	0,104	0,033
Openheid	0,101	0,016
Geslacht	0,093	0,035
Leeftijd	-0,081	0,073
Lager secundair	0,068	0,212
Altruïsme	-0,054	0,259
Hoger secundair	0,046	0,491
Gevoeligheid prijs/kwaliteit	0,013	0,754
Bachelor	0,008	0,900

Van de Big Five-variabelen blijkt dat, als de overige variabelen constant blijven, Neuroticisme ($p = 0,000$), Extraversie ($p = 0,010$) en Openheid ($p = 0,016$) een positieve relatie onderhouden met de mate van compulsief koopgedrag, terwijl de mate van Consciëntieusheid ($p = 0,008$) een negatieve relatie hiermee onderhoudt. De mate van Altruïsme ($p = 0,259$) blijkt evenwel geen verband te houden met compulsief koopgedrag. Er bestaat tevens een positief verband tussen depressieve neigingen en compulsief koopgedrag ($p = 0,033$).

Met betrekking tot de levensstijlvariabelen blijkt dat, als de overige predictorvariabelen constant blijven, er positieve verbanden bestaan tussen compulsief koopgedrag, belangstelling voor expressieve aspecten van producten ($p = 0,000$) en gevoeligheid voor materialisme ($p = 0,000$). Anderzijds komt naar voren dat er helemaal geen verband bestaat tussen compulsief koopgedrag en gevoeligheid voor de prijs-kwaliteitverhouding ($p = 0,754$).

Van de socio-economische variabelen vertoont alleen het geslacht, als de overige variabelen constant blijven, een significante verband ($p = 0,035$) met de mate van compulsief koopgedrag. De leeftijd lijkt een negatieve relatie te onderhouden met compulsief koopgedrag, maar deze samenhang kan de significantietoets niet doorstaan ($p = 0,073$). Opleidingsniveau heeft geen invloed op compulsief koopgedrag.

Discussie

Het sterke punt van deze zelfbeoordelvragenlijst is dat de items ingebouwd zijn in een ruimer geheel, waardoor de respondent afgeleid wordt van de bedoeling van het onderzoek. De betrouwbaarheid van de schalen blijkt goed van niveau te zijn en uit het (summiere) validatieonderzoek komt naar voren dat mensen die zich als koopverslaafd beschrijven significant hoger scoren dan mensen die zich als niet-koopverslaafd beschrijven.

De relatie met de Big Five-persoonlijkheidskenmerken toont aan dat compulsief koopgedrag ingebed is in de persoonlijkheid. Mowen en Spears (1999) hebben reeds vastgesteld dat compulsief koopgedrag positief gerelateerd is met Neuroticisme en negatief met Consciëntieusheid. Deze auteurs vonden tevens een samenhang met Altruïsme, wat niet bevestigd kon worden in dit onderzoek. Er bleek tevens een significante samenhang te bestaan met Extraversie en Openheid, wat geheel plausibel is. De vastgestelde samenhang tussen koopverslaving en het voorkomen van depressieve gevoelens komt overeen met tal van eerdere onderzoeken.

Bovendien werd vastgesteld dat, terwijl de overige predictorvariabelen constant gehouden werden, de belangstelling voor expressieve aspecten

ten van het koopgedrag positief gerelateerd is aan deze vorm van verslaving. Dit is wellicht de verklaring voor het feit dat koopverslaafden vooral interesse hebben voor producten die te maken hebben met zelf-presentatie (zoals kleding, schoenen en accessoires). De samenhang met een materialistische levensstijl werd eveneens door diverse auteurs vastgesteld (o.a. Mueller e.a., 2011).

Het feit dat er geen relatie vastgesteld werd met belangstelling voor de juiste verhouding tussen prijs en kwaliteit verwijst naar de veronderstelling dat het aankoopgedrag van de koopverslaafde niet voortkomt uit rationele overwegingen; vandaar dat Boermans en Egger (2010) spreken van ongecontroleerd koopgedrag. Deze vaststelling ligt eveneens in het verlengde van de resultaten van het onderzoek van Claes e.a. (2010), die constateerden dat compulsief koopgedrag samenhangt met een impulsieve levensstijl.

De relatie tussen compulsief koopgedrag en socio-economische variabelen blijkt, als de overige predictor variabelen constant gehouden worden, eerder gering te zijn. Het feit dat vrouwen meer dan mannen gevoelig zijn voor deze vorm van verslaving, werd reeds door tal van auteurs vastgesteld. Onderzoekers hebben tevens aangetoond dat vooral jongeren gevoelig zijn voor koopverslaving. Deze samenhang in de steekproef kon evenwel niet veralgemeend worden naar de populatie. Er blijkt geen verband te bestaan tussen compulsief koopgedrag en opleidingsniveau, wat betekent dat deze vorm van verslaving in alle lagen van de bevolking voorkomt.

Het is gepast om tevens enkele beperkingen van dit onderzoek aan te geven. Ofschoon vastgesteld werd dat respondenten die zichzelf als koopverslaafd beschouwen duidelijk hoger scoorden op de schaal Compulsief koopgedrag dan mensen die zichzelf niet als dusdanig beschouwen, is verder onderzoek met betrekking tot de validiteit van de vragenlijst aangewezen. Er kan bijvoorbeeld een vergelijking gemaakt worden tussen mensen die wel en niet in behandeling zijn voor compulsief koopgedrag.

Tot besluit: de twaalf voorgestelde items voor de schaal Compulsief koopgedrag vertonen een voldoende mate van interne homogeniteit. Er werd duidelijk aangetoond dat compulsief koopgedrag ingebed is in de persoonlijkheid en levensstijl van de persoon. Anderzijds is duidelijk dat verder onderzoek aangewezen is, om te komen tot een degelijk meetinstrument om koopverslaving te detecteren. Mogelijk biedt dit onderzoek hiertoe een stimulans. Wellicht kan dergelijk voortgezet onderzoek van betekenis zijn voor de diagnostiek en begeleiding van compulsief koopverslaafden.

Literatuur

- Black, D. (1996). Compulsive buying: a review. *Journal of Clinical Psychiatry*, 57, 50-55.
- Boermans, J., & Egger, J. (2010). Koopverslaving of oniomanie. *Tijdschrift voor Psychiatrie*, 52, 29-39.
- Claes, L., Bijttebier, P., Eynde, F. van den, Mitchell, J., Zwaan, M. de, & Mueller, A. (2010). Emotional reactivity and self-regulation in relation to compulsive buying. *Personality and Individual Differences*, 49, 526-530.
- Dittmar, H. (2005). Compulsive buying a growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. *British Journal of Psychology*, 96, 467-491.
- Faber, R. (2000). The urge to buy: a uses and gratifications perspective on compulsive buying. In S. Ratneshwar, D. Mick & C. Huffman (Eds.), *The why of consumption: contemporary perspectives on consumers motives, goals, and desires* (pp. 177-194). London: Routledge.
- Faber, R., & O'Guinn, T. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 19, 459-469.
- Hoekstra, H.A., Ormel, J., & Fruyt, F. de (1996). *Handleiding NEO persoonlijkheidsvragenlijsten NEO-PI-R en NEO-FFI*. Lisse: Swets Test Services.
- Koran, L.M., Faber, R.J., Aboujaoude, E., Large, M.D., & Serpe, R.T. (2006). Estimated prevalence of compulsive buying behavior in the United States. *American Journal of Psychiatry*, 163, 1806-1812.
- Kraepelin, E. (1909). *Psychiatrie. Ein lehrbuch für Studierende und Ärzte, Band I. Allgemeine Psychiatrie*. Leipzig: Barth.
- Kroenke, K., Spitzer, R.L., & Williams, J.B. (2001). The PHQ-9: validity of a brief depression severity measure. *Journal of General Internal Medicine*, 16, 606-613.
- Lejoyeux, M., Tassain, V., Solomon, J., & Adès, J. (1997). Study of compulsive buying in depressed patients. *Journal of Clinical Psychiatry*, 58, 169-173.
- McElroy, S., Keck, P., Pope, H., Smith, J., & Strakowski, S. (1994). Compulsive buying: a report of 20 cases. *Journal of Clinical Psychiatry*, 55, 242-248.
- Miltenberger, R.G., Redlin, J., Crosby, R., Stickney, M., Mitchell, J., Wonderlich, S., Faber, R., & Smith, J. (2003). Direct and retrospective assessment of factors contributing to compulsive buying. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Therapy*, 34, 1-9.
- Mowen, J.C., & Spears, N. (1999). Understanding compulsive buying among college students: a hierarchical approach. *Journal of Consumer Psychology*, 8, 407-430.
- Mueller, A., Mitchel, J., Peterson, L., Faber, R., Steffen, K., Crosby, R., & Claes, L. (2011). Depression, materialism, and excessive internet use in relation to compulsive buying. *Comprehensive Psychiatry*, 52, 420-424.
- Roberts, J., & Manolis, C. (2000). Baby boomers and busters: an exploratory investigation of attitudes toward marketing, advertising and consumerism. *Journal of Consumer Marketing*, 17, 481-497.
- Valkeneers, G. (2006). Levensstijl en koopgedrag: bestaan er verschillen tussen leeftijdsgroepen? *Tijdschrift voor Economie en Management*, 51, 105-128.
- Vyncke, P. (2002). Lifestyle segmentation. *European Journal of Communication*, 17, 445-464.

Bijlage. Deel 1: levensstijl

1	Geld maakt gelukkig	1	2	3	4	5
2	Ik heb het gevoel dat anderen zouden schrikken als ze weet hebben van mijn koopgewoonten	1	2	3	4	5
3	De kwaliteit is niet af te leiden uit de prijs van een product	1	2	3	4	5
4	Ik koop vaak dingen die ik mezelf niet kan veroorloven	1	2	3	4	5
5	Ik koop graag een duur merk om indruk te maken op anderen	1	2	3	4	5
6	Ik koop zaken om mezelf beter te voelen	1	2	3	4	5
7	Het is belangrijk veel bezittingen te hebben	1	2	3	4	5
8	Ik ben rusteloos en nerveus op dagen dat ik niet kan gaan winkelen	1	2	3	4	5
9	Het duurste merk kopen geeft me een chique gevoel	1	2	3	4	5
10	Ik betaal met bankcontact terwijl ik me ervan bewust ben dat het saldo ontoereikend is	1	2	3	4	5
11	Ik heb het duurste merk van een product gekocht, omdat ik wist dat andere mensen dat zouden opmerken	1	2	3	4	5
12	Als ik op het einde van de maand geld over heb, moet ik het uitgeven	1	2	3	4	5
13	Het is belangrijk veel geld te bezitten	1	2	3	4	5
14	Ik ervaar vaak een onweerstaanbare drang om te kopen	1	2	3	4	5
15	Je moet altijd een beetje meer betalen om het beste te krijgen	1	2	3	4	5
16	Ik ervaar negatieve (sociale) gevolgen van mijn overmatig koopgedrag	1	2	3	4	5
17	Ik rijd graag met een luxueuze auto	1	2	3	4	5
18	Mijn koopgedrag veroorzaakt financiële problemen	1	2	3	4	5
19	De prijs van een product is een goede aanduiding voor zijn kwaliteit	1	2	3	4	5
20	Ik koop zaken die achteraf nutteloos blijken te zijn	1	2	3	4	5
21	Algemeen kan gezegd worden, hoe hoger de prijs, hoe hoger de kwaliteit	1	2	3	4	5
22	Ik heb vaak spijt van mijn aankopen	1	2	3	4	5
23	Ik geniet ervan om een hooggeprijsd merk te kopen	1	2	3	4	5
24	Ik voel me opgelucht nadat ik iets gekocht heb	1	2	3	4	5
25	Het is belangrijk zoveel mogelijk geld te verdienen	1	2	3	4	5
26	Het oude gezegde 'Je krijgt wat je betaalt', is over het algemeen waar	1	2	3	4	5
27	Er zijn mensen die koopverslaafd zijn en ik ben een van hen	1	2	3	4	5

1 = helemaal oneens; 2 = oneens; 3 = neutraal; 4 = eens; 5 = helemaal eens.